

VENUS FRA WILLENDORF,  
CA. 20.000 F.K.R.



CHRISTIAN DIOR-MODEL, 1947

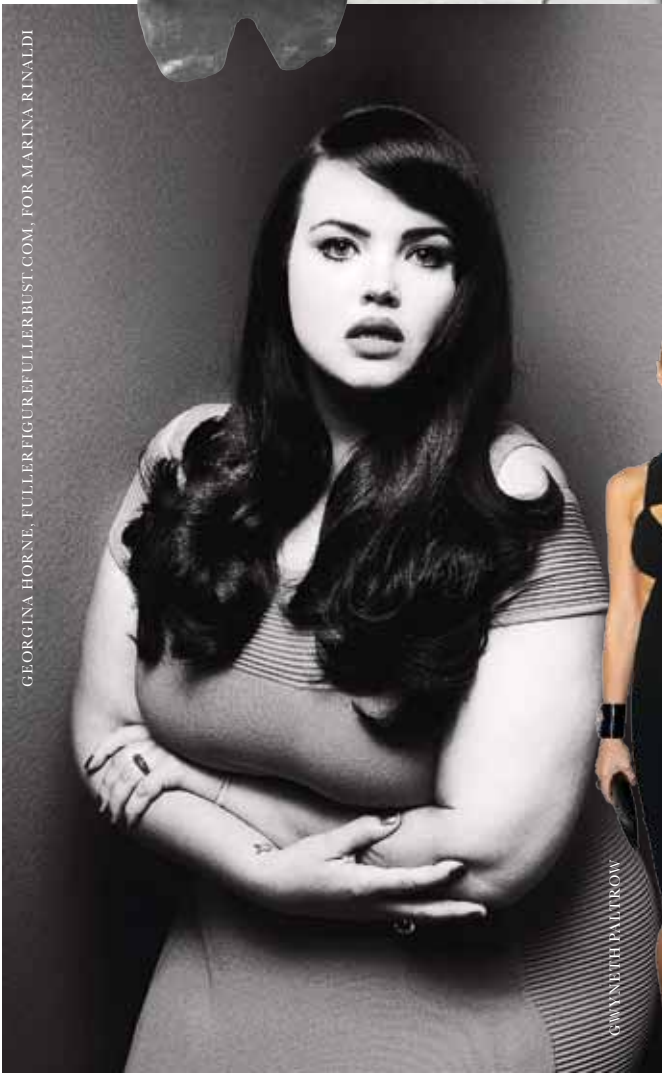


LINGERIMODEL, CA. 1920

TWIGGY, 1960



GEORGINA HORNÉ, FULLER FIGURE FULLER BUST.COM, FOR MARINA RINALDI



GWYNETH PALTROW



ADDIDAS BY STELLA MCCARTNEY



# KVINDE - KROPPEN

– hvor er den på vej hen?

*Kvindekroppen har gennemgået mange idealer gennem tiderne. I dag har vi ikke (økonomisk) behov for at bejle efter mændenes gunst qua fødegyttinge hofter, omvendt behøver vi heller ikke ligne mænd for at opnå respekt på jobbet. Vi tager ganske enkelt udgangspunkt i vores egen krop og ser mere og mere forskellige ud. Alligevel lurder ideal-tanken i baghovedet, og vi grupperer os efter æstetiske mål.*

*Kommer vi overhovedet til at slippe det? ELLE tager pulsen på kvindekroppen.*

Lang, kort, storbarmet, fladbarmet, kurvet, drenget – den kvindelige krop kommer i alle former og størrelser, og hver eneste er unik. Der findes intet rigtigt eller forkert, men alligevel giver vi efter for de herskende idealer – kvindekroppens udseende har altid været aktuel og givet anledning til debat. Samtidig har vi udviklet os tilpas meget til, at vi ikke længere behøver at se ud på en bestemt måde for at finde en mand, blive gift, få en karriere eller få børn.

Bente Klarlund Pedersen, overlæge på Rigshospitalet, professor ved Københavns Universitet og Politikens sundhedsekspert, påpeger, at det ikke bare er stræben efter sundhed, som dikterer skønhedsidealerne. "Jeg oplever, at trenden blandt de ressourcestærke kvinder er, at vi gerne vil være slanke, sunde og atletiske – det handler ikke kun om, hvad der er sundt, men om hvilken kultur og tidsalder vi lever i. Hvad er det, der dikterer den rigtige eller 'normale' vægt? Det er i hvert fald ikke sundhed alene," siger hun.

**"ET HISTORISK TILBEGEBLIK VISER, AT DEFINITIONEN AF DEN**

**RIGTIGE KROPSFORM HAR ÆNDRET SIG** mange gange gennem tiderne. I tidligere tiders kultursamfund, hvor mad var en mangelvare, var kropsidealet velnærede kvinder med bløde, svulmende former, der udstrålede fertilitet, symboliseret ved Venus fra Willendorf (en ca. 22.000 år gammel, stærkt svulmende kvinde-statue, red.). 1920'ernes kvindeideal var den fladbrystede, smalhoftede drengepige inspireret af krigsårene, hvor kvinderne arbejdede som mænd. I 1947 relancerede Christian Dior timeglasfiguren med smal talje og brystet løftet og fremhævet. Fra

50'erne til 60'erne kom den spinkle, lillepigeagtige Twiggy-type uden kvindelige kendetegn. Det nye kropsideal blev starten til en frigørelse fra den traditionelle kvinderolle, og siden slutningen af 70'erne har kvinderne selv formet deres krop ved hjælp af diæt og motion. I dag skal kroppen udstråle ungdommelighed og kontrol. Vi vil gerne være smidige, veltrænede og slanke," siger hun.

**VORES KROPS SIGNALER HÆNGER SÅLEDES NOJE SAMMEN MED KVINDEFRIGØRELSEN**, og den fungerer i dag præcis som altid som et statussignal; i dag handler det bare ikke om at svulme, men om at se tynd ud for at signalere selvkontrol, sundhed

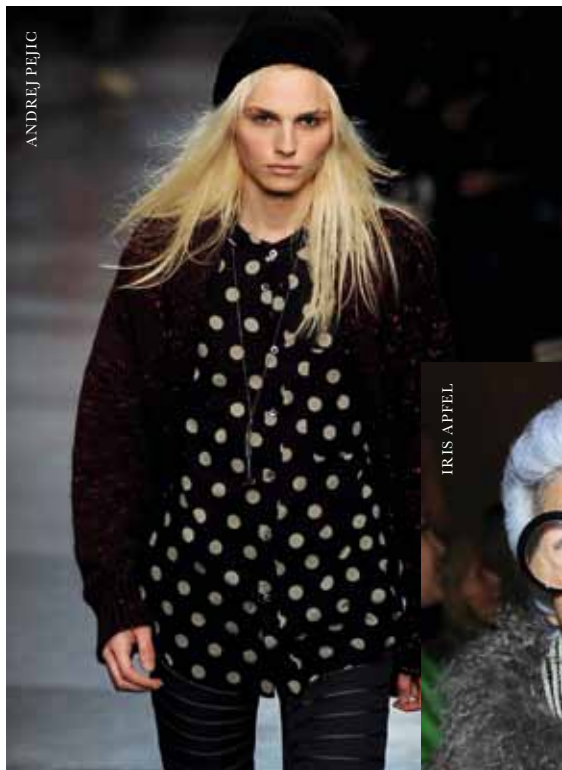
og et aktivt liv. Men problemet er, når dette går til ekstremer. Sundhedsmæssigt kæmper vi mod fedme og anoreksi samtidig, og sociale medier som Instagram og Facebook benyttes som forum for at opmuntre et forvrænget kropssyn blandt unge, hvilket vi bl.a. har set gennem den seneste Instagram-trend, hvor unge piger opmuntres til at sulte sig, afhængigt af hvor mange likes deres billeder får. De sundhedsmæssige

effekter, en sådan trend kan have, er livstruende. "Jeg kan ikke se en eneste fordel ved at sulte sig på den måde, det er en alvorlig psykisk sygdom efter min mening. Rent gynækologisk får det jo menstruationen til at gå i stå, hele hormonsystemet går i dvale, og risikoen for osteoporose (knogleskørhed, red.) stiger. At pigerne er kloge nok til at spise kalk og D-vitamin, kan man kun håbe på," siger Christine Felding, som er gynækolog.

Sophie Maxwell, som arbejder med trendanalyse af fremtidige tendenser på det internationale designbureau Pearlfisher, påpeger ►

*"Jeg er lidt træt af, at kvinder med større størrelser skal trækkes med et stereotyp image af at være for sexede eller for billige. Det har stået på længe nok, og det er tid til en ny tankegang."*

XL-BLOGGEREN STYLEHASNOSIZE OM AT  
KROPPEN ANNO 2013 ER KOMMET VIDERE



► det faktum, at kvinder påvirkes mere end mænd, men tror samtidig på, at vi kommer til at blive mere accepterende i fremtiden. "Skønhedsideal og stereotyper har gennem historien været noget, som har påvirket det kvindelige marked mere end det mandlige, selv om man kan sige, at dette har forandret sig mere igen med de senere år med en kraftig øgning af skønhedsprodukter til mænd – med Tom Fords makeupsortiment til mænd som det seneste eksempel i rækken. Heldigt nok har vi mange forbilleder for individualitet og et publikum, som omfavner dette – hvad enten de symboliserer vægt, alder, køn eller seksualitetsstereotyper, så findes der et stort antal ambassadører, f.eks. den überkurvede Mad Men-skønhed Christina Hendricks, den 80-årige N.Y.C.-fashionista Iris Apfel og den androgyne, mandlige supermodel Andrej Pejic, som har været bruden i Jean Paul Gaultiers show og er ansigt for Hema-pushup-bh'er. Der findes nu en ny slags følelse af kropsbevidsthed og forbilleder at se op til, som får os til at føle, at vi kan bejæde både vores ekstreme forskelle og ændrede selvudfoldelse og erkende en skønhed, som virkelig er unik, bemærkelsesværdig og særegen."

**ET RESULTAT AF DETTE ER, AT FIRMAERNE I DAG BEGYNDER AT INDSE VIGTIGHEDEN AF AT DESIGNER TRENDDY TØJ OGSÅ FOR STORE STØRRELSER.** Den danske modevirksomhed Carmacoma blev grundlagt med netop denne vision. "Kvinder har alle behov for at kunne klæde sig, så deres identitet afspejles; i tøj man kan forholde sig til. At man kan føle sig lækker og sexet, er vigtigt for alle kvinder uanset størrelse. For os var det ulogisk, at det skulle være umuligt at finde lækker tøj til kurvede kvinder," fortæller Heidie Lykke, som er en af grundlæggerne. Et andet eksempel er italienske Marina Rinaldi, en selvstændig linje under det højtprofilerede italienske MaxMara-modehus, hvis størrelser går op til 46; usædvanligt for et eksklusivt mærke. Marina Rinaldi stod for nylig bag modeeventet Women Are Back, hvor man inviterede 12 af de mest kendte kurvede bloggere fra hele verden (bl.a. danske Ditte Vallø fra MarylinsCloset.dk) for at

øge bevidstheden om mode og individualitet. Ifølge hollandske Edith Dohmen bag bloggen StyleHasNoSize.com, som deltog i projektet, er det i dag mere tilladt, at man som kvinde kan se ud, som man vil, og stadig være succesrig. "Jeg tror, at man nu om stunder kan være en powerkvinde og alligevel se meget feminin ud. Det er ikke længere sådan, at folk går ud fra, at man er 'dum' eller uintelligent, bare fordi man ser meget kvindelig ud. Jeg er lidt træt af, at kvinder med større størrelser skal trækkes med et stereotyp image af at være for sexede eller for billige. Det har stået på længe nok, og det er tid til en ny tankegang," siger Edith Dohmen. Heidie Lykke tilføjer, at "vi skal huske på, at vi som forbrugere får vores inspiration fra de samme steder; film, magasiner, musik etc. Så vi hungre ofte efter de samme lækre ting og de samme tendenser, men i mange år har den kurvede kvinde måttet tage til takke med, hvad der var tilgængeligt, uden muligheden for at være kræsen."

**KVINDEKROPPEN ER SÅLEDES ALLEREDE KOMMET LANGT.** Men med tanke på, hvor forskellige vi har set ud og er blevet forventet at se ud gennem tiderne, hvad kan vi så vente os som det næste? Kan vi forvente at se en positiv udvikling, hvor vi ikke længere behøver at stræbe efter bestemte idealer, og hvor individualitet ses som noget positivt, eller kommer vi til at blive endnu mere homogene i takt med globaliseringen og de samme idealer, som spredes via de sociale medier? "Vi tror på den 'stærke krop' som den ønskværdige krop i fremtiden," siger Sophie Maxwell. Og hun fortsætter: "Der findes nu en almen accept af vores unikke kropsformer og størrelser og en bevægelse væk fra at stræbe efter et, ofte uopnåeligt, ideal. I stedet begynder man at omfavne sine individuelle styrker og arbejde på sine svagheder, samtidig med at man vil opnå sit 'personlige bedste' – at være frisk, lykkelig og stærk – i stedet for et æstetisk drevet ideal." Lad os krydse fingre for, at endnu flere designere begynder at omfavne vores nye kroppe. ♦♦\*